

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

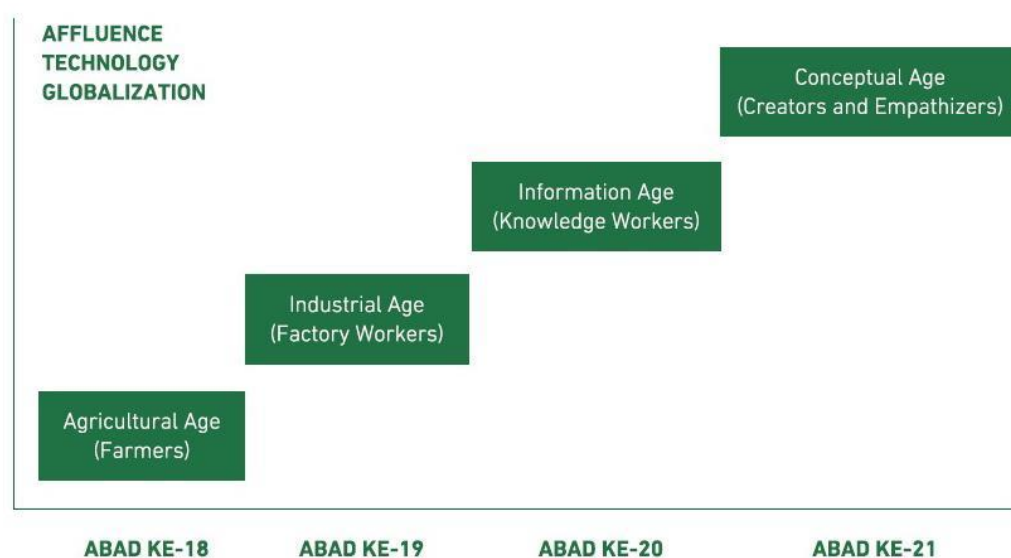
Manusia menggunakan pola pikir, memberikan respon dan melakukan aktifitas berdasarkan fenomena lingkungan sekitar. Pola pikir dibentuk dari pola asuhan orang tua dan lingkungan tempat tinggal. Manusia memberikan respon dengan menggunakan indera atas kenampakan dan gejala-gejala alam sehingga terjadi interaksi dengan lingkungan. “Setiap individu atau kelompok memiliki perbedaan-perbedaan cara dalam merekayasa permukaan bumi ini; perbedaan ini mungkin disebabkan oleh beberapa fakta. Antara lain (1) perbedaan faktor kemampuan sistem gagasan, organisasi, dan teknologi; (2) perbedaan faktor kebutuhan dan tuntutan dari masing-masing individu atau kelompok” (Mutakin & Eridiana, 2008, hlm 62).

Dalam geografi, dikenal istilah fisis determinis dan posibilisme dalam konteks hubungan manusia dengan lingkungannya. “Determinisme adalah keyakinan bahwa lingkungan (terutama faktor fisik seperti bentang alam dan / atau iklim) menentukan pola budaya manusia dan pembangunan masyarakat.” (Briney, 2009). Manusia cenderung pasif dan dipengaruhi aktifitasnya oleh alam. Sedangkan posibilisme adalah pandangan bahwa manusia merupakan makhluk yang kreatif dalam mengolah alam. “Possibilisme tidak menyangkal bahwa lingkungan memberikan pengaruh pada aktivitas manusia, tapi hal itu dipengaruhi faktor yang lebih penting untuk dipertimbangkan yaitu pilihan yang dibuat oleh orang-orang dalam merespon peluang dan hambatan yang disediakan oleh lingkungan.” (Fellman, 2007, hlm. 8). Manusia dapat mengelola aktifitasnya sehingga tidak bergantung kepada alam.

Perubahan-perubahan pada aktifitas manusia terjadi karena berkembangnya pola pikir dan kebutuhan. “Manusia purba hidup berpindah-pindah dari suatu tempat ke tempat lain (nomaden). Mereka berpindah-pindah mencari daerah yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Mereka berburu hewan liar dan

mengumpulkan bahan makanan dari tumbuh-tumbuhan. Pola ini disebut sebagai *food gathering*” (Soekmono, 1990, hlm 35). Kemudian, manusia berusaha untuk mendapatkan kebutuhan lainnya dengan mengusahakan perekonomian. “Manusia sudah memasuki masa bercocok tanam sekitar 4.000 tahun sebelum Masehi. Perubahan dari *food gathering* ke *food producing* merupakan satu revolusi dalam perkembangan zaman pra-aksara Indonesia” (Soekmono, 1990, hlm 37). Manusia mulai berpikir untuk menukar barang yang dimiliki dengan barang lain yang ia butuhkan. Pola-pola pertukaran ini muncul dikarenakan bertemunya penawaran dan permintaan dalam kondisi yang saling membutuhkan, maka muncullah transaksi ekonomi akibat adanya penawaran, permintaan dan interaksi sosial dengan saling berkomunikasi.

Perubahan-perubahan kebutuhan dan pola konsumsi tersebut telah menjadi tonggak bagi berkembangnya sistem ekonomi. Kebutuhan dapat terpenuhi dengan adanya sistem ekonomi yang didalamnya mencakup produksi, distribusi dan konsumsi. Untuk mencapai kesejahteraan, manusia memproduksi barang demi mendapatkan keuntungan. Selanjutnya hasil dari keuntungan tersebut digunakan kembali untuk memenuhi kebutuhan lainnya.



Gambar 1. 1 Perkembangan Era Perekonomian  
(Sumber: Parekraf, 2014, hlm. 6)

Perkembangan kebutuhan dan sistem perekonomian berubah sejalan dengan munculnya teknologi (Gambar 1.1). Inovasi dalam bidang teknologi lahir atas dasar kebutuhan akan sistem yang lebih cepat dan efisien. Kemudian teknologi yang baru mendorong aktifitas-aktifitas baru. Teknologi yang pada awalnya berbentuk sederhana digunakan untuk mengolah komoditas pertanian (abad ke 18), beralih pada industrialisasi produk yang menggunakan mesin. Ekonomi Industri yang muncul pada abad 19 menjadi era baru ekonomi dengan adanya mesin sebagai alat utama sistem produksi.

Era ekonomi selanjutnya ditandai dengan andil inovasi-inovasi baru dalam bidang teknologi. Manusia yang pada awalnya cukup mengandalkan tenaga untuk dapat berusaha, kini sepenuhnya dapat dikendalikan oleh teknologi komputer. Penemuan besar komputer, telepon genggam dan alat komunikasi yang pesat pada abad ke 20, menjadikan informasi sebagai komoditas utama dalam aktifitas ekonomi. “Industrialisasi telah menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien” (Kemendag, 2009, hlm. 1). Contohnya, berita yang bersumber dari Indonesia dengan mudah menyebar dan diketahui masyarakat Amerika. Masyarakat Indonesia yang ingin pergi haji, dapat memanfaatkan jasa penerbangan maskapai udara menuju Arab Saudi dan tinggal dalam hotel selama berhaji. Sedangkan internet dapat menyajikan jutaan informasi yang diinginkan serta dapat digunakan untuk bersosialisasi tanpa adanya batasan geografis. Hal-hal itu menjadi contoh aktifitas dominan pada masa ekonomi informasi.

Bentuk ekonomi informasi berubah menjadi ekonomi kreatif yang menitikberatkan pada pengetahuan, kreativitas, dan inovasi. Jika pada masa lalu pertanian menjadi sektor yang dominan, maka kini bentuk-bentuk kreasi dan inovasi produk menjadi aktifitas ekonomi yang dominan. Sistem kerja yang efisien didorong oleh berkembangnya teknologi menjadikan distribusi produk menjadi lebih cepat. Selain itu, nilai-nilai lokal ditransformasikan dalam bentuk modern untuk menjadi identitas dalam pengembangan produk.

Ekonomi kreatif mengedepankan inovasi. Inovasi berawal dari ide dan gagasan yang menjadi komoditas utama dalam era ekonomi kreatif. Inovasi produk menjadi hal mutlak agar bisa dapat terus bersaing di pasar. Cara-cara transaksi baru muncul

dan nilai-nilai produk yang lama diperbaharui. Seperti misalnya produk makanan ringan. Dulu orang tak memperdulikan merk, namun kini merk-merk dagang terkenal serta desain kemasan yang unik menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk membeli produk. Dalam hal musik, artis tak hanya memproduksi lagu semata, namun harus juga memperhatikan distribusi dan hak cipta sehingga terlindungi dan tetap memperoleh keuntungan dari karyanya. Seni-seni kontemporer muncul seiring dengan percampuran budaya yang kian pesat. Tari-tarian menjadi banyak jenisnya, pertunjukan seni menjadi tontonan mahal untuk dinikmati.

Ide dan gagasan menjadi konsep utama dalam pengembangan diversivitas produk. Selain itu, penciptaan nilai tambah melalui serangkaian proses produksi menjadi ciri ekonomi kreatif. “Penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi” (Parekraf, 2014, hlm. 17). Perkembangan komoditas yang pada awalnya bertumpu pada sumber daya alam, kini beralih pada pemanfaatan sumber daya manusia yang memiliki ide dan kreatifitas untuk dijual.

Secara garis besar, kemampuan konseptual yang harus dimiliki terbagi dalam dua hal yaitu kemampuan untuk menciptakan keindahan emosional dan artistik. Kemampuan mengenali pola-pola perubahan dan peluang-peluang, kemampuan menghasilkan produk yang mampu menceritakan sesuatu dan kemampuan untuk mengkombinasikan ide-ide menjadi penemuan-penemuan baru dan orisinil yang disebut *high concept*; dan kemampuan untuk berempati, memahami cara berinteraksi dalam suatu komunitas, mampu menemukan kebahagiaan dari diri sendiri dan menularkannya kepada orang lain, dan kemampuan untuk terus berusaha dalam mengejar tujuan dan makna hidup yang disebut *high touch*.

Kreativitas sesungguhnya menempel pada setiap individu, namun hal itu perlu dicari dan ditemukan dari berbagai hal. Yasa (2009, hlm. 2) mengungkapkan tentang asal munculnya kreatifitas sebagai berikut “asal mula kreatifitas, yaitu diantaranya timbul akibat (1) Siklus hidup manusia, (2) Adat dan budaya, (3) Sejarah, (4) Bacaan, (5) Seminar, (6) Persaingan, (7) Perlombaan, (8) Pameran, (9)

Menonton”. Potensi kreativitas tersebut perlu diasah dan ditemukan dari pengalaman-pengalaman pribadi. Dengan adanya pengalaman baru, akan menghasilkan produk dan cara baru dalam mengemas sesuatu.

Topik mengenai ekonomi kreatif memang terlihat jauh dari konteks geografi. Tidak banyak konsep yang membahas mengenai ekonomi kreatif secara khusus dari sudut pandang keruangan. Bahkan literatur mengenai ekonomi kreatif dalam sudut pandang ekonomi pun masih sedikit. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam penelitian ini. Perlu banyak konsep-konsep pendukung yang dapat mengarahkan hasil penelitian sehingga tercapai hasil yang ideal. Ekonomi kreatif dapat dianalisis dalam konteks yang multidimensi. Sehingga pembahasannya menjadi sangat beragam. Penelitian-penelitian terdahulu mengenai ekonomi kreatif banyak dibahas seputar daya saing ekonomi kreatif, eksistensi ekonomi kreatif, potensi pasar, pemberdayaan masyarakat, dan hubungan antara objek pariwisata dan ekonomi kreatif yang menopangnya. Beragam sudut pandang penelitian itu mendorong penelitian ini agar memperkaya pengetahuan dari sisi geografi dan juga ekonomi.

Munculnya ekonomi kreatif tidak dapat diprediksi dan tersebar dalam pola-pola yang tak beraturan. Desa maupun kota bisa jadi memiliki potensi yang sama untuk munculnya industri kreatif. Hal itu didorong oleh adanya potensi dan aktor penggerak yang mendorong aktifitas industri kreatif. “Modal terbentuknya ekonomi kreatif diantaranya modal insani, modal budaya, modal kelembagaan dan modal sosial” (Suryana, 2013, hlm. 46). Dengan adanya modal-modal tersebut, akan menumbuhkan aktifitas ekonomi kreatif.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan topik, yaitu dengan melihat topik masalah kemudian menentukan lokasi penelitian. Topik penelitian ini adalah ekonomi kreatif dan kaitannya dengan kondisi keruangan yang mendukung kreatifitas. Penelitian-penelitian yang mengungkapkan potensi-potensi keruangan yang berpengaruh terhadap aktifitas ekonomi sesuai dengan konsep geografi. Penelusuran terhadap potensi adalah hal utama yang mesti dilakukan dalam meneliti sebuah fenomena tertentu. Indikator yang dilihat meliputi kondisi wilayah, faktor pendorong, bahan baku dan juga interaksi dalam ruang yang menciptakan kreasi-kreasi dalam ekonomi kreatif.

Setelah dilakukan pemilihan topik penelitian, kemudian dilakukan pemilihan lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan di Desa Jatisura, Kecamatan Jatiwangi, Kabupaten Majalengka yang dikhususkan pada aktifitas ekonomi kreatif yang dilakukan organisasi/ komunitas Jatiwangi Art Factory (JAF). JAF adalah lembaga yang fokus terhadap seni dan advokasi warga yang memiliki potensi ekonomi kreatif.

Jatiwangi Art Factory merupakan sebuah organisasi nirlaba yang fokus terhadap kajian kehidupan lokal pedesaan lewat diplomasi publik, dengan kegiatan seni dan budaya seperti; festival, pertunjukan, seni rupa, musik, video, keramik, pameran, residensi seniman, diskusi bulanan, siaran radio dan pendidikan. JAF didirikan pada 27 September 2005. Sejak tahun 2008 JAF bekerjasama dengan Pemerintahan Desa Jatisura melakukan riset dengan menggunakan keterlibatan kesenian kontemporer yang kolaboratif dan saling menterhubungkan. (JAF, 2008).

JAF merupakan sebuah organisasi yang menyebarkan semangat berkesenian. Seni merupakan salah satu aspek utama dalam ekonomi kreatif. JAF juga fokus terhadap diplomasi publik dengan melakukan aktifitas diskusi dan forum. Artinya selain berkegiatan seni dan budaya, mereka menggugah warga untuk dapat beropini dan mengembangkan kehidupan sosial masyarakatnya sebagai warga desa. Hal ini menjadi menarik karena diplomasi tersebut didorong pula oleh adanya seni sebagai ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif membawa dampak besar dan dinikmati oleh warga.

Pertanyaan demi pertanyaan muncul untuk mengungkap potensi keruangan apa yang berpengaruh terhadap aktifitas ekonomi yang dilakukan JAF. Mengapa berlokasi di Desa Jatisura? Apa saja produk hasil kreatifitas disana? Ini menjadi pertanyaan yang perlu dijawab dengan melakukan penelitian. Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk mengungkap secara deskriptif tentang potensi keruangan dalam aktifitas ekonomi kreatif. Sejalan dengan konsep geografi ekonomi, penelitian ini mengungkap faktor-faktor yang mendorong terjadinya aktifitas ekonomi di Desa Jatisura. Selain itu penelitian ini berusaha mengungkapkan proses kreatif dibalik inovasi produk yang dilakukan oleh JAF. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berjudul: Potensi Keruangan dalam Aktifitas Ekonomi Kreatif di Desa Jatisura, Kec. Jatiwangi, Kab. Majalengka. Studi kasus pada kegiatan organisasi *Jatiwangi Art Factory* di Desa Jatisura.

**Ricky P. Ramadhan, 2016**

**POTENSI KERUANGAN DALAM AKTIFITAS EKONOMI KREATIF DI DESA JATISURA, KECAMATAN JATIWANGI, KABUPATEN MAJALENGKA.**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Potensi keruangan apa yang mendorong kegiatan ekonomi kreatif oleh JAF?
2. Kegiatan ekonomi kreatif apa saja yang dilakukan oleh JAF?
3. Bagaimana sistem kerja ekonomi kreatif yang dilakukan oleh JAF?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Dapat mengidentifikasi potensi keruangan yang mendorong kegiatan ekonomi kreatif oleh JAF
2. Dapat menjelaskan subsektor ekonomi kreatif yang dilakukan oleh JAF
3. Dapat menguraikan sistem kerja ekonomi kreatif oleh JAF

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat yang dapat dirasakan dari penelitian ini adalah didapatnya pengetahuan tentang konsep pola dan interaksi dalam keruangan sebagai salahsatu dasar pengetahuan geografi. Konsep tersebut digunakan untuk menganalisis permasalahan yang ada di Desa Jatisura berkaitan dengan potensi ekonomi kreatif. Selain itu, konsep-konsep yang berkenaan tentang geografi ekonomi dan pola kerja industri kreatif penting untuk dibahas pada penelitian ini.

Bagi warga Desa Jatisura, penelitian ini berguna sebagai kajian kritis dan solutif agar JAF mengembangkan diri di tengah arus globalisasi. Pengembangan diri ini diperlukan untuk menghadapi tantangan ke depan agar warga desa tetap berdiri tegak. Pemerintah Kabupaten Majalengka pun dapat mengambil manfaat dari penelitian ini untuk dapat mengarahkan pembangunan di desa menjadi lebih berkarakter.